

FORO ARGENTINA CREATIVA

Colaboratorio



MAR DEL PLATA

18 DE DICIEMBRE DE 2016



Ministerio de Cultura
Presidencia de la Nación

El IV y último Foro Argentina Creativa de 2016 se desarrolló el domingo 18 de diciembre en Mar del Plata. enjambre dinamizó el Colaboratorio donde más de 25 emprendimientos bonaerenses se encontraron y conocieron. Esta actividad se desarrolló entre las 9 de la mañana y las 18 horas en el Museo Mar de dicha ciudad.

En esta serie de dinámicas y reflexión conjunta en el Foro Argentina Creativa, el objetivo del Colaboratorio ha sido siempre el de generar un espacio de cruce entre iniciativas culturales que no se relacionan de forma habitual, donde se reconozcan los puntos fuertes de los diversos participantes, las complementariedades y los recursos comunes con los que cuenta la región. Se trata de detectar colectivamente nuevas oportunidades y retos para la producción cultural, buscando realizar un ejercicio en el que se queden atrás, momentáneamente, los diferentes sectores culturales a los que pertenecen los emprendimientos para reconocer las oportunidades existentes a nivel regional. El Colaboratorio es un momento de trabajo colaborativo en el que es posible encontrar pares, hacer nuevos vínculos, abrir redes y conocer otros *modos de hacer* y otras dinámicas de trabajo cultural: un primer indicio de una red de la economía creativa regional.

En este tercer Colaboratorio participaron 29 emprendimientos culturales de la provincia de Buenos Aires. Los diferentes sectores de la economía creativa vinculados a los Foros Argentina Creativa estaban representados: música (con tres participantes), audiovisual (tres participantes), escénicas (siete participantes), editorial (cuatro participante), artes visuales (seis participantes), diseño (cuatro participantes) y videojuegos (dos participantes).

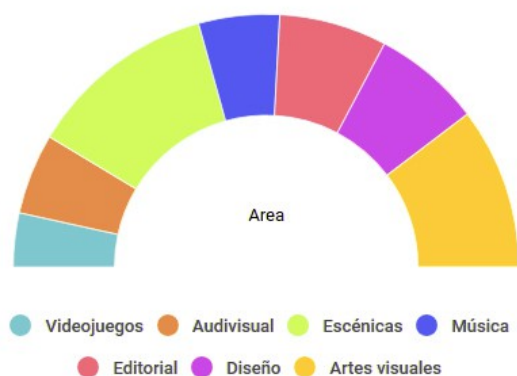
Al igual que se realizó en los Foros Argentina Creativa previos, se buscó visualizar la procedencia geográfica de los emprendedores culturales de la región. Para eso, se colocó un gran mapa con la silueta de la provincia: los participantes se ubicaron con stickers en el mapa, detallando el sector cultural al que pertenecen y rellenando información de contacto y tres palabras clave que identificasen y definan a su iniciativa. Para muchos emprendedores, esto les llevó a hacer un primer ejercicio de resumen y de presentación de su proyecto.



A continuación, los datos y detalles de los participantes:

- **Shoor games** (Manuel Nuñez). Video juegos, Mar del Plata: *videojuegos, :, independiente*.
- **Random games** (Mauricio Perez). Video juegos, Bahía Blanca: *juego, pasión, creatividad*.
- **Clúster Audiovisual de la Provincia de Buenos Aires** (Veronica Velazquez, Micol Metzner). Audiovisuales, CABA: *cooperativismo, acción, redes, multisectorial, comunitario*.
- **FESAALP** (Federico Ambrosis). Audiovisuales, La Plata: *construir, hacer redes, colectivo*.
- **Mar del plata Cine ONG** (Pablo Poli). Audiovisuales, Mar del Plata: *desarrollo, industria*.
- **Mula Cultura** (César Benitez). Escénicas, La Plata: *teatro, comunicación, producción*.
- **Festival internacional Bahía Teatro** (Juan Manuel Caputo). Escénicas, Bahía Blanca: *artes escénicas, autogestión, intercambio*.
- **Compañía Omar Alvarez títeres** (Omar Javier Alvarez). Escénicas, Villa Ballester: *sala teatral, producción, circulación*.

Participantes por sector



- **Plataforma Nodos** (Daniela Camezzana). Escénicas, La Plata: *artes escénicas, trabajos colaborativos, catálogo*.
- **Festival Vicente López en Escena - Festival de Teatro en Espacios Inesperados** (Silvia Gómez Giusto). Escénicas, Acassuso: *espacios inesperados, transformar la urbe en un escenario, espontáneo*.
- **Factor C**. Escénicas, Bahía Blanca: *gestión*.
- **CETA, Exporteatro. Consorcio exportador de Teatro Argentino**. Escénicas, CABA: *exportación, intercambio, asociatividad*.
- **Ciudad Alterna** (José María Calderón). Música, La Plata: *red, alternativo*.
- **Festival Estelar**. Música, La Plata: *festival, ciencia, música*.
- **Guitarras Raiz** (Matías Stefano). Música, Azul: *innovación, calidad*.
- **Centro Cultural Necochea**. Artes visuales y Música, Necochea: *histórico, plural, abierto*.
- **Vox Lux** (Gustavo López y Carlos Mux). Editorial, Bahía Blanca.
- **Editorial Azul** (Floencia Lafón). Editorial, Azul: *libros, ediciones, eventos literario*.
- **Editorial Maravilla** (Celeste Caporossi). Editorial, Villa Ventana: *libros maravillosos, palabra luminosa, artesanal dedicado*.
- **Loco Rabia** (Alejandro Farias). Editorial, San Nicolás / BsAs: *historieta, dibujo, viñetas*.
- **Guerrini Island** (Sebastian Guerrini). Diseño, La Plata: *diseño, imagen, estrategia*.
- **Crivos Objetos** (Ivana Crivos, Cristian Izurieta). Diseño, La Plata: *cuerpo-objeto-contexto, pasión*.

lúdico.

- **Trimarchi** (Sol Marinucci). Diseño, Mar del Plata: *autogestión, comunidad, intercambio.*
- **Panamedias** (Lolo Schauer). Diseño, Mar del Plata: *obsequios, divertidos, impacto social.*
- **MAPA Espacio de Arte** (María Montórfano). Artes visuales, Las Flores: *arte, conectar, transformación.*
- **Galería Artemio** (Indiana Gnocchini). Artes visuales, Tandil: *arte contemporáneo, nuevos mercados, nuevos públicos.*
- **Galería NN** (Facundo Belén, Virginia Martin). Artes visuales, La Plata: *autogestiva, emergente, vanguardista, experimentación, identidad disidente, intercambio.*
- **Artes visuales y audiovisuales** (Gaby Messina). Artes visuales y audiovisuales, Vicente López: *Identidad, honestidad, celebración.*
- **Motp** (Gerardo Echeverría). Artes visuales, Mar del Plata: *autogestión, interior, contemporáneo.*



El inicio formal del Colaboratorio estuvo marcado por palabras de bienvenida de las autoridades nacionales y provinciales. A continuación, se presentaron los diferentes emprendedores a través de una primera introducción grupal de sus proyectos pero enfocados en sus prácticas y *modos de hacer* cultura. Los emprendedores debían elegir entre una serie de conceptos que describían motivaciones, prácticas y diversas maneras de trabajar en relación a los proyectos creativos y vinculados al emprendedurismo en cultura.

Cada uno de los participantes identificó aquella práctica que le era más afín y la utilizó para presentar su proyecto. Esto genera una presentación más distendida, ya que los emprendimientos se introducen desde prácticas de trabajo cultural cotidianas y situadas, contextualizando los emprendimientos más allá de las presentaciones neutras que encontramos generalmente en las *bios* de los proyectos. Esto dio lugar a una primera ronda donde los emprendedores pudieron conocer más sobre los proyectos regionales y se comenzaron a perfilar unas primeras posibilidades de conexiones y cruces en el grupo.

Para la presentación grupal, se propusieron los siguientes 37 conceptos relacionados con las prácticas y modos de trabajo. En negrita, aquéllos que fueron seleccionados por los emprendedores para realizar su presentación.

- | | |
|---|--|
| - Experimentación (seleccionada en dos ocasiones). | - Conciencia ambiental |
| - Improvisación | - Vinculación territorial |
| - Remezcla | - Intercambio de saberes |
| - Reciclaje | - Circulación (seleccionada en dos ocasiones). |
| - Reapropiación | - Asociativismo (seleccionada en tres ocasiones). |
| - Descontextualización | - Interdisciplinar (seleccionada en cinco ocasiones). |
| - Hibridación | - Transdisciplinar |
| - Autogestión (seleccionada en tres ocasiones). | - Código abierto |
| - Sustentabilidad | - Licencias abiertas |
| - Redes de colaboración | - Transferencia de conocimientos |
| - Producción distribuida | - Intervenciones urbanas |
| - Financiamiento colectivo | - Creación colectiva |
| - Innovación | - Coaprendizaje |
| - Identidad (seleccionada en cinco ocasiones). | - Investigación, debate y reflexión |
| - Fusión | - Co-autoría |
| - Co-working | - Procesos abiertos (seleccionada en tres ocasiones). |

ocasiones).

- **Cultura digital** (seleccionada en dos ocasiones).

- **Empoderamiento comunitario**

- Políticas públicas y gestión

- Decisiones asamblearias

- Participación ciudadana

- **Cooperativismo**

- **Serendipia**



Actividad: *Identificando el monstruo que debemos combatir.*

Tras separarnos en tres grupos de trabajo, se dió lugar a la primera dinámica de trabajo, donde se detectan y comparten las problemáticas y necesidades centrales y frecuentes en los emprendimientos creativos de la región. Además de ser un primer diagnóstico colectivo del sector cultural de la provincia bonaerense basado en las experiencias individuales, la dinámica actúa también como una aproximación para entendernos como pares en un entramado cultural, reconociendo y compartiendo debilidades, vulnerabilidades y posibles complementariedades como emprendimientos culturales. La dinámica propuesta busca tratar las problemáticas a nivel individual desde un enfoque lúdico, para evitar caer así en un momento de queja o catarsis.

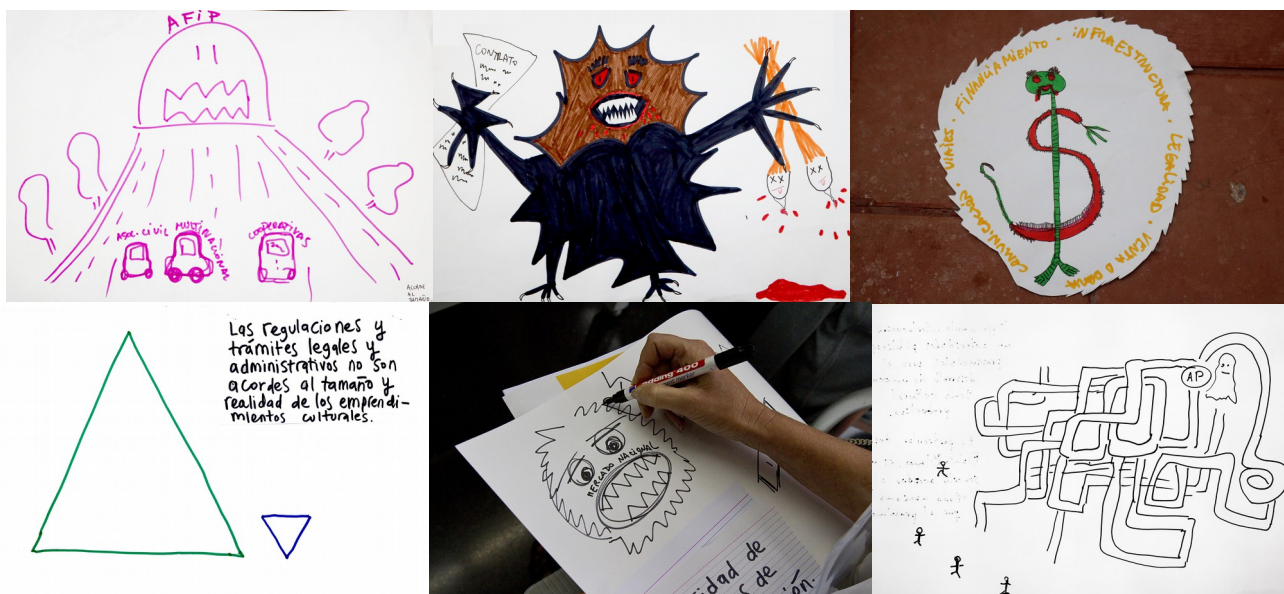
Al igual que en los Colaboratorios previos (Patagonia y NOA), se ubicaron en una mesa central 43 tarjetas con problemáticas y necesidades de los emprendimientos creativos. Además de las 37 tarjetas propuestas desde enjambre, se sumaron las nuevas tarjetas generadas por los emprendedores de la región patagónica y los del NOA. Cada participante eligió aquella tarjeta que representa la principal problemática para el pleno desarrollo de su emprendimiento. Algunos emprendedores escribieron sus propias problemáticas en tarjetas en blanco que se entregaron para ese fin. Se les pidió pensar en esa problemática y cómo repercute en su emprendimiento. Luego cada persona, mediante dibujos en hojas A3, simbolizó esa problemática en un monstruo a vencer por su emprendimiento.

Esta dinámica funciona muy bien como un primer momento de reconocimiento entre pares, sorteando el hecho de provenir de ámbitos diferenciados y realizando, al mismo tiempo, un esfuerzo por explicar los puntos débiles de nuestros emprendimientos al resto de compañeros. El hecho de dibujar estas dificultades genera un ambiente distendido y de complicidad, desde donde se dan los primeros cruces de experiencias entre los mismos emprendedores.

En el Colaboratorio bonaerense la dinámica de los monstruos reflejó ciertas inquietudes específicas, con un énfasis en las regulaciones fiscales y legales como impedimento para el pleno desarrollo del emprendimiento creativo y en las dificultades para reconocer y entablar relaciones con interlocutores culturales a escala regional y municipal. El primer punto, las estructuras legales/impositivas, generó un debate en uno de los grupos que muestra la necesidad de acompañar la “entrada” de los emprendimientos al mercado cultural formal.



A diferencia de los resultados obtenidos a través de esta dinámica en los Colaboratorios de la región patagónica y del NOA, se aprecia entre los emprendedores de la provincia de Buenos Aires una mayor preocupación por cuestiones vinculadas a la sustentabilidad económica de sus proyectos culturales-creativos. En este sentido, surgieron aspectos tales como la incapacidad para acceder a mercados más importantes, la insuficiencia de las herramientas y canales online para obtener una mayor difusión de las producciones culturales o temáticas directamente relacionadas con la uniformidad del sistema impositivo, un escenario que no tiene en cuenta las particularidades del sector creativo.



En Mar del Plata, encontramos algunos monstruos como “El Monstruo de la Nada Misma” (representado por una hoja en blanco que obliga a comenzar una y otra vez, todos los años, debido al apoyo discontinuo), el monstruo-laberinto del interlocutor político, el (reiterativo en los otros Colaboratorios) “Monstruo de la AFIP” que no distingue entre pequeños y grandes contribuyentes o el monstruo-contrato que atenta continuamente en la conformación de equipos de trabajo y en la organización interna, entre otros.

Problemáticas frecuentes de los emprendimientos culturales (en negrita las problemáticas elegidas):

- Falta de socios o aliados.
- Comunicación externa pobre.
- Falta de visibilidad.
- Poca cultura del asociativismo.
- Falta de espacios de encuentro con otros emprendimientos.
- **Necesidad de nuevos públicos.**
- **Falta de vinculación con el mercado nacional.**
- Poca vinculación con otros sectores productivos (turismo, tecnología...).
- Desconocimiento de herramientas de planificación cultural.
- Incapacidad para evaluar y medir impacto de nuestros productos y servicios.

- Inexistencia de espacios apropiados para la exhibición y comercialización de producciones culturales.

- **Baja o nula interlocución con autoridades públicas provinciales o municipales para el desarrollo de un ecosistema cultural productivo.**

- **Regulaciones y trámites legales y administrativos no son acordes al tamaño y realidad de los emprendimientos culturales.**
(seleccionada en dos ocasiones)

- **Dificultad para organizarse internamente y gestionar el tiempo.**

- Bajo retorno económico.

- Intermitencia/discontinuidad laboral.

- **Desorden administrativo.**

- Falta de recursos humanos.

- **Dificultad para acceder y completar los trámites de personería jurídica.**

- **Comunicación interna defectuosa.**
(seleccionada en dos ocasiones)

- Falta de capacitaciones adecuadas para el sector.

- Falta de profesionalización del sector.

- Falta de organización colectiva con otros emprendimientos del sector.

- Necesidad de más canales de comercialización.

- Incapacidad de detectar nuevos mercados.

- **Falta de información actualizada sobre el sector en la región.**

- Falta de sentimiento colectivo del sector.

- Falta de espacios de intercambio entre pares de experiencias y prácticas de gestión.

- Desconocimiento de herramientas de identificación de nuevos públicos.

- **Dificultad para la articulación con políticas culturales y de desarrollo locales.**

- Falta de conocimiento respecto a metodologías para desarrollar el plan de negocio para mi proyecto.

- **Desconocimiento de canales de difusión online.**

- Poca demanda para mi producción.

- Baja conciencia del sector cultural como factor de desarrollo local.

- Atomización por la falta de conocimiento y desconfianza entre los emprendimientos.

- **Precariedad laboral y autoexplotación.**

- Cada vez menor diferenciación entre tiempo de ocio y tiempo de trabajo.

- **Dificultad para la formación y especialización del equipo de trabajo.**

- **Poca capacidad para crecer en escala.**

- **Dificultad para que los proyectos duren en el tiempo.**

- Poca capacidad para "bajar" ideas a proyectos.

- **Poca capacidad para seguir los formularios de subvenciones, concursos, etc.**
(seleccionada en dos ocasiones)

- **Centralización de las oficinas de las entidades de gestión en la ciudad de Buenos Aires.**



Actividad: Aviso para navegantes: evitando naufragios.

La primera actividad, detallada más arriba, buscaba reconocer y explicitar las problemáticas individuales de los emprendimientos creativos. La actividad que se describe a continuación buscaba cambiar el foco para hacer una lectura regional del ecosistema cultural: se trata de dejar de lado los sectores propios de la economía creativa y pensar de forma conjunta el estado de la cultura en la región bonaerense. Se propuso a los tres grupos trabajar sobre las problemáticas del sector cultural en su conjunto. Esto se realizó a partir de las mismas tarjetas de la dinámica anterior: algunos emprendedores decidieron elegir otra tarjeta, otros decidieron escribir nuevas problemáticas regionales...

Cada uno de los tres grupos seleccionó las cinco principales dificultades que tiene el sector cultural en la provincia de Buenos Aires. Se generó así un diagnóstico compartido compuesto por las quince principales problemáticas que los emprendedores detectaron como primordiales. Además, cada grupo hizo un trabajo de análisis para detectar cuáles son las causas de cada una de esas problemáticas.



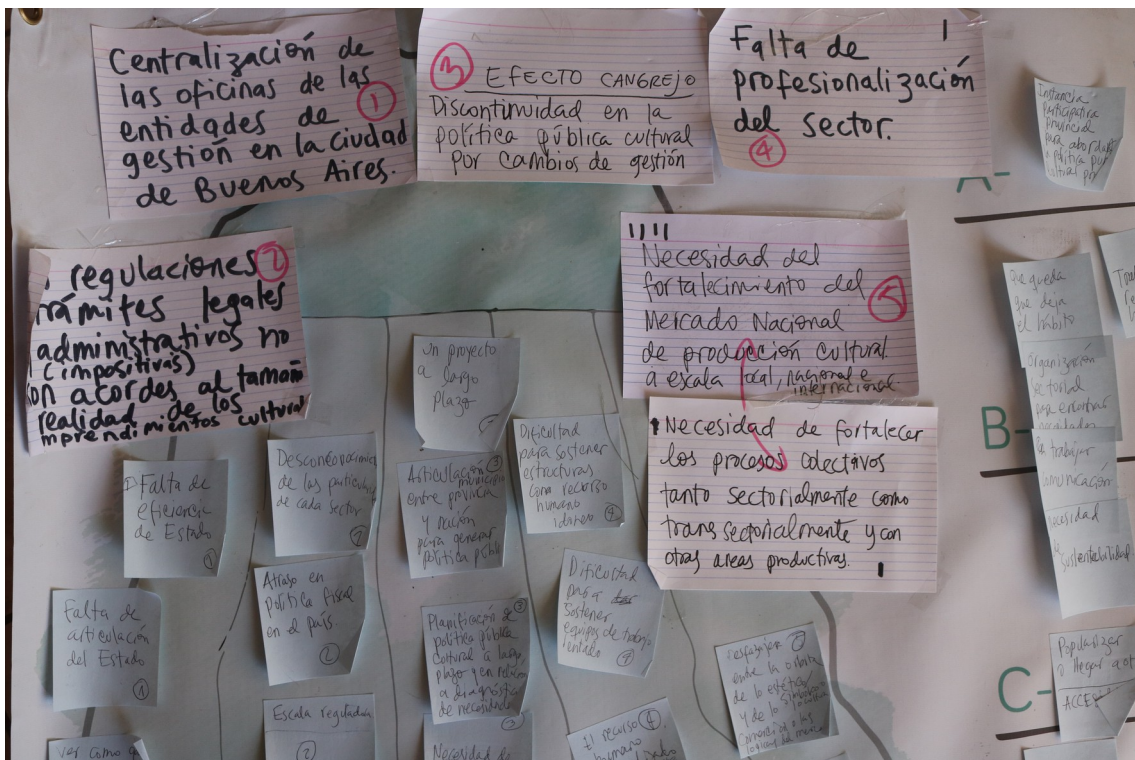
Problemáticas regionales y sus causas.

El primer grupo de trabajo eligió las siguientes problemáticas como las principales a nivel regional y propuso algunas causas:

Problemáticas regionales Grupo 1:					
	Las regulaciones y trámites legales, impositivos y administrativos no son acordes al tamaño y realidad de los emprendimientos culturales.	Falta de asesoramiento específico, descentralizado territorialmente y por sector creativo.	Falta de visibilidad en diversas escalas.	Baja o nula interlocución con autoridades públicas provinciales o municipales para el desarrollo de un ecosistema cultural creativo.	
Causas	Las instituciones no están actualizadas a la realidad actual del sector.	Informalidad del sector artístico en la comercialización.	Inexistencia de catálogos provinciales.		
	Poco desarrollo en el concepto de "industria creativa".	Falta de asesoramiento dinámico, flexible y específico.	Falta generar diseño de marcas locales.		
	Falta de interlocutores idóneos.		Dificultad para transferir visibilidad en rentabilidad.		
			Falta de un sistema federal de promoción (centralidad en Capital Federal).		

Otro grupo trabajó sobre las siguientes problemáticas, con sus correspondientes causas:

Problemáticas regionales Grupo 2:					
	Baja conciencia del sector cultural como factor de desarrollo local.	Falta de profesionalización y coordinación del recurso humano en la Administración Pública.	El Estado no se presenta como vehiculizador de fondos privados.	Falta de espacios de intercambio de experiencias y prácticas de gestión.	Escasez en las diversas líneas para acceder a recursos económicos.
Causas	Lugar subsidiario del arte y la cultura en el desarrollo local, acompañado por un enfoque político específico.	Inexistencia de capacitaciones internas en la Administración.	Inexistencia de organismos facilitadores que complementen el rol del Estado.	Las políticas regionales y locales no están en sintonía (no se incentivan los espacios de encuentro).	Desigual valoración de los sectores creativos.
	No hay estadísticas sobre el impacto de las acciones culturales.	Incumplimiento de los plazos desde la misma Administración (informalidad, burocracia...).	No existe continuidad en los debates y en los actores para la interlocución.	Marcado individualismo en el sector.	Dificultad para acceder a la información por parte de los emprendedores.
	Ausencia de planificación en cultura. Improvisación y discontinuidad en las políticas culturales.	La cultura es vista como un sector periférico para la esfera política: poca profesionalización del sector.	Inexistencia de "sintonía" entre políticas (a nivel local, regional y nacional).	Inexistencia de estadísticas / diagnósticos desde los cuales pensar en acciones conjuntas.	
	No se replican espacios de encuentro a nivel local.		Escasez de canales y espacios de comunicación entre el sector emprendedor cultural y los Departamentos de Cultura locales y provinciales.	Falta de capacitaciones / asesoramiento para la gestión de proyectos.	
				Baja voluntad política de generar redes.	



El último grupo priorizó las siguientes problemáticas a nivel regional y detectó sus causas.

Problemáticas regionales Grupo 3:					
	Centralización de las oficinas de las entidades de gestión en la ciudad de Buenos Aires.	Las regulaciones y trámites legales administrativos e impositivos no son acordes al tamaño y realidad de los emprendimientos culturales	<i>El Efecto Cangrejo:</i> discontinuidad en la política pública cultural por cambios de gestión.	Falta de profesionalización del sector.	Necesidad de fortalecer el mercado nacional de producción cultural y necesidad de fortalecer los procesos colectivos, tanto sectorialmente como transectorialmente y con otras áreas productivas.
Causas	Falta de eficiencia del Estado.	Desconocimiento de las particularidades de cada sector.	Necesidad de un proyecto a largo plazo.	Dificultad para sostener estructuras como recurso humano idóneo.	Desfasaje entre lo estético-simbólico y lo cultural con lo comercial o las lógicas del mercado.
	Falta de articulación del Estado.	Atraso en la política fiscal del país.	Baja articulación entre municipio, provincia y nación para generar política pública.	Dificultad para sostener equipos de trabajo rentado.	Falta de proyecto cultural a largo plazo.
	Ver como gasto y no como inversión el fortalecimiento federal.	Falta de una escala reguladora.	Necesidad de más evaluación por parte del Estado hacia el sector cultural.	El recurso humano especializado no conoce las especificidades del sector cultural.	Los cargos tienen que ser técnicos y no políticos.
	Que cada sector se organice y arme un proyecto de política pública a corto plazo.	Falta de legislación general para el sector.	Falta de diálogo entre lo municipal y lo provincial si no tienen el mismo color político.		
		Inexistencia de beneficios o flexibilidad impositiva para el sector.			

Algunas coordenadas para un mapa cultural regional: primeros resultados.

Los tres grupos de trabajo coincidieron en sus debates respecto a algunos puntos. Sin embargo, hubo un aspecto que persistió durante el Colaboratorio del sector creativo bonaerense y que se podría constituir como uno de los rasgos distintivos del grupo participante: la constante necesidad por una mayor relación con el ámbito comercial/monetario en diversas manifestaciones, como la búsqueda de una mayor sustentabilidad económica de los proyectos, visibilidad nacional e internacional en el mercado y continuidad y fortalecimiento de los proyectos en el tiempo.

Por un lado, se notó una preocupación por el fortalecimiento del mercado nacional con acciones que redunden en una mayor promoción y rentabilidad de los emprendimientos creativos de la región. Por otro lado, y directamente relacionado a lo anterior, se habló del aspecto fiscal y legal, con regulaciones y trámites que no se presentan adecuados a las características y tamaño de los emprendimientos culturales. De una forma u otra, estos aspectos estuvieron presentes en los debates en los tres grupos de trabajo.

Al mismo tiempo, y como contrapunto a la idea previa, no se manifestó un interés específico por la generación de espacios de encuentro con otros emprendimientos, espacios de intercambio, colaboración y organización colectiva (algo presente en la región patagónica y muy marcado para los emprendimientos del NOA). Se podría decir que en el Colaboratorio bonaerense se reflejó una atomización de los emprendimientos culturales con marcados intereses individualistas y, salvo casos específicos, con cierto desinterés por una organización colectiva y/o colaborativa del sector.

Otra de las cuestiones a la que hicieron referencia los emprendimientos participantes a lo largo de la jornada fue la deficiente relación entre el sector creativo y las autoridades culturales a nivel municipal y provincial. La baja interlocución fue una constante, a la que se le sumó una demanda sobre la falta de profesionalización de los gestores culturales públicos. Este aspecto se podría vincular con otro, tal vez más amplio y también presente en el Colaboratorio, y que se refiere a la discontinuidad de las políticas culturales y a lo periférico de "lo cultural" en el entramado de las políticas públicas locales y provinciales.

Un último punto de coincidencia entre los grupos de trabajo hizo referencia a la escasez de recursos públicos disponibles para el fortalecimiento del ecosistema cultural regional. Esto se vinculó rápidamente con la falta de capacidad desde el Estado para vehicular fondos privados que impacten en el sector creativo y cómo la Ley de Mecenazgo puede ser una acción en ese sentido.

Lluvia de ideas y propuestas de proyectos regionales.

Después de reconocer las diversas causas, cada grupo priorizó una de las problemáticas como la más importante a nivel regional. A partir de esa problemática se idearon diversas propuestas y se desarrolló una de éstas en clave de proyecto. Para la formulación de este proyecto, se pidió a los integrantes de cada grupo que definieran qué acciones o actividades eran necesarias, cuál sería la comunidad o los aliados a tener en cuenta, qué estrategia de comunicación sería viable y cómo entendía la sustentabilidad en el tiempo de dicho proyecto.

Problemática elegida para trabajar: Grupo 1.	<i>Falta de asesoramiento específico, descentralizado territorialmente y por sector creativo.</i>			
Descripción del proyecto	Generar un programa de clínicas culturales desde donde se obtenga un asesoramiento específico por sector. El proyecto busca generar y resaltar el vínculo humano entre las distintas industrias culturales. El objetivo es brindar herramientas de planificación y gestión, vinculando capital humano para apoyar el desarrollo de nuevos emprendimientos.			
Acción 1	Acción 2	Acción 3	Aliados / Comunidad	Sustentabilidad
<i>Para generar comunidad, realizar reuniones físicas periódicas.</i>	<i>Desarrollo de mentorías, por temáticas, entre beneficiarios de subsidios culturales e interesados.</i>		<i>Representantes y funcionarios con criterio y conocimiento, que tengan capacidad de acción y decisión.</i>	<i>Destinar un porcentaje de lo recaudado en el sistema de estacionamiento medido (por ejemplo) para el programa de asesoramiento y desarrollo de emprendimientos culturales.</i>
<i>En el marco de los encuentros, generar convenios entre pares para cooperación.</i>			<i>Actores culturales de la región.</i>	<i>"Devolución", por parte de quienes recibieron beneficios de becas o aportes culturales, como un servicio de asesoría a otros proyectos.</i>
				<i>Comprometer a las Direcciones y Secretarías</i>

				<i>culturales para articular recursos.</i>
				<i>Sponsors locales para fomentar el desarrollo local.</i>

Ante la problemática de la falta de asesoramiento específico para el sector creativo, descentralizado territorialmente y que tenga en cuenta las particularidades de los diversos sectores creativos, el primer grupo propuso, como iniciativa cultural regional, generar un sistema de clínicas culturales que se encuentre articulado con especialistas y referentes políticos.

El objetivo del proyecto es trabajar con diversos emprendedores con diferentes experiencias que puedan compartir sus saberes. Propusieron utilizar momentos como los Foros Argentina Creativa y a los mismos *speakers* de sus "Conferencias Inspiradoras", para intercambiar y aprovechar su conocimiento y experiencia. El propósito de este intercambio horizontal, más allá de lo que podría ser una *masterclass*, sería el de obtener conocimientos situados y vinculados a contextos y experiencias concretas.

Por otro lado, el proyecto quiere poner en movimiento al enorme capital humano (emprendedores, artistas, colectivos...) que haya recibido algún tipo de fondo público y que, desde esa posición, pueda generar cierto *retorno* a la sociedad (y, en concreto, a la comunidad creativa) con conocimientos específicos y sectorizados a través de capacitaciones y mentorías concretas.

El grupo detrás del desarrollo de este proyecto fue consciente de la necesidad de mantener como política de Estado un proceso de formación desde los mismos agentes y que remarque la necesidad de mejorar las capacidades del sector creativo regional. Por esa razón, fueron muy específicos en los aliados y las acciones de sustentabilidad a realizar para lograr que el proyecto perdure a los vaivenes partidistas. Por un lado, buscar acompañamiento en diversos agentes culturales de la región que se involucren desde el inicio en el proceso y que vean, de forma rápida, el impacto que un proyecto así puede tener. Por otro lado, pensando en el componente de desarrollo local que posee el proyecto, buscar sponsors locales que no estén necesariamente relacionados con el sector cultural, adelantando inclusive posibles fórmulas para su sustentabilidad financiera, como por ejemplo a través de un porcentaje de lo recaudado en el sistema de estacionamiento medido para la constitución de un fondo de fomento cultural (o similar) que garantice la continuidad del proyecto.

Problemática elegida para trabajar: Grupo 2.	<i>Baja conciencia del sector cultural como factor de desarrollo local.</i>			
Descripción del proyecto	Desarrollo de un programa de formación de públicos, donde puedan interactuar aspectos culturales desde una vertiente pedagógica y valorizando y activando los agentes culturales territoriales.			
Acción 1	Acción 2	Acción 3	Aliados / Comunidad	Sustentabilidad
<i>Generar un mapeo desde donde se pueda visibilizar la red de espacios culturales en los territorios que actuarán como socios locales.</i>	<i>Desarrollo de espacios de reflexión en las escuelas para pensar y experimentar respecto a "qué es la cultura".</i>	<i>Aprovechar los diversos eventos culturales para insertar espacios de reflexión horizontales y desde los mismos emprendedores.</i>	<i>Direcciones de Cultura (locales y provinciales), gestores culturales, ONGs.</i>	<i>Recursos públicos y privados para el sostenimiento de las acciones. Detectar y nombrar responsables para cada acción.</i>
<i>Descubrimiento y empoderamiento de referentes culturales comunitarios ("polinizadores").</i>	<i>Coordinación junto a diversos actores culturales, para aportar y compartir diversas miradas y prácticas creativas.</i>	<i>Vincular al sector creativo-cultural con diversos públicos que se vayan interiorizando en el tema.</i>	<i>Colectivos culturales y artistas (para el vínculo con escuelas).</i>	<i>Aportes desde los espacios culturales locales para infraestructuras y capacitaciones.</i>
		<i>Generar una campaña de concientización sobre el impacto de la "industria creativa".</i>	<i>Organizadores de los eventos culturales para "insertar" los espacios de reflexión.</i>	<i>Creación de circuitos de información y comunicación a nivel regional.</i>
		<i>Avanzar en la promulgación y reglamentación de la ley de mecenazgo.</i>	<i>Cámaras empresarias (por mecenazgo / desgravación).</i>	<i>Sistema de manejo de fondos ágil a cargo de organizaciones del tercer sector.</i>

Luego de un intenso debate interno respecto a la preeminencia de alguna de las problemáticas por sobre las otras, el segundo grupo decidió trabajar sobre la baja conciencia que se posee del sector cultural como factor de desarrollo local, tanto por parte de la clase política como desde la sociedad en general. Ante esto, se ideó y desarrolló un programa de formación de públicos desde donde puedan interactuar aspectos culturales desde una vertiente pedagógica y valorizando y activando los agentes culturales territoriales que ya están generando acciones socio-culturales.

El primer paso propuesto por este grupo fue el desarrollo de un mapeo para conocer qué iniciativas culturales/ciudadanas existen en el territorio y sobre qué temáticas trabajan. El objetivo de este estudio de campo es, también, que éste actúe como una aproximación a las iniciativas para reconocerlas como socias locales en el territorio, indispensables para el desarrollo del proyecto. De esta forma se podrá descubrir y empoderar a los referentes culturales comunitarios, que actuarían a manera de “polinizadores” del proyecto.

Además del reconocimiento territorial como base del proyecto, este grupo pensó necesario avanzar en un esquema de formación de públicos con una marcada vinculación con el sistema educativo formal. Se proponían generar diversas instancias y espacios de reflexión en las escuelas para pensar y experimentar respecto a “qué es la cultura”. En este sentido, se pensó en generar instancias de vinculación entre diversos agentes culturales y artistas para que los estudiantes puedan conocer, de primera mano, el trabajo realizado desde el sector cultural y el variado impacto (simbólico, artístico, económico...) que tiene.

Un último eje desarrollado por este grupo se refería a la necesidad de mantener espacios de reflexión horizontales y desde los mismos emprendedores respecto al fortalecimiento del ecosistema creativo regional. Para eso, se pensaba en generar espacios autónomos temporales dentro de los eventos a nivel provincial para reforzar así la red y donde se generen unas dinámicas de trabajo, diagnóstico y propuestas desde los mismos emprendedores bonaerenses. Esto se vería acompañado por una amplia campaña de concientización sobre el impacto de las industrias creativas en el desarrollo económico y local.

Problemática elegida para trabajar: Grupo 3.	<i>Necesidad de fortalecer el mercado nacional de producción cultural y necesidad de fortalecer los procesos colectivos, tanto sectorialmente como transectorialmente y con otras áreas productivas.</i>			
Descripción del proyecto	Programa de fortalecimiento integral de proyectos y emprendimientos culturales de la provincia de Buenos Aires.			
Acción 1	Acción 2	Acción 3	Aliados / Comunidad	Sustentabilidad
Instancia participativa provincial de diagnóstico y acercamiento de los proyectos culturales y el gobierno provincial y nacional para el desarrollo de un enunciado común.	Desarrollo de incubadoras de proyectos a nivel masivo con posibilidades de acción.	Instancias de difusión y comercialización claras y convocantes según las características de cada proyecto.	Estado nacional, provincial, municipal y organismos públicos.	Compromiso y continuidad a lo largo del tiempo e integración a los nuevos proyectos.
			Universidad.	
			Empresas privadas, sociedad de fomento.	
			Contactos internacionales, medios de comunicación.	

El tercer grupo propuso varias soluciones para dar respuesta a las problemáticas elegidas antes de seleccionar una sola vía de actuación. A manera de lluvia de ideas, éstas son las diversas propuestas:

- Una instancia de participación para el armado de la ley de mecenazgo de la provincia de Buenos Aires.
- Un festival itinerante para la comercialización de las producciones culturales.
- Plan de Incubadoras provinciales.
- Apoyar a través de los grandes medios de comunicación la difusión del trabajo de los pequeños productores.

- Propiciar espacios de reflexión. Organización sectorial para encontrar necesidades comunes.
- Instancia participativa provincial para abordar la política pública cultural provincial.
- Instaurar hábitos de consumo cultural.

El tercer grupo se concentró sobre una problemática doble, definida por el mismo grupo, vinculada por un lado a la necesidad de fortalecer el mercado nacional de producción cultural y, por el otro, a la necesidad de fortalecer los procesos colectivos.

Para esto, el grupo propuso un programa de fortalecimiento integral de proyectos y emprendimientos culturales de la provincia de Buenos Aires, que se compondría de varias acciones. Para comenzar, una instancia de diagnóstico respecto a la realidad cultural provincial, un acercamiento participativo donde sean los mismos proyectos e iniciativas culturales quienes, junto a autoridades provinciales, puedan enunciar unas líneas comunes desde donde fortalecer el ecosistema cultural regional.

Más específicamente, se pensó en el desarrollo de un Plan de Incubadoras de proyectos a escala provincial y con una clara participación de aquellos emprendedores que hayan obtenido beneficios a través de algún tipo de fondo público a modo de *devolución* a la comunidad creativa bonaerense.

Este grupo pensó en vinculaciones sectoriales y transectoriales para el desarrollo de este proyecto, y eso quedó reflejado en los posibles aliados detectados. Por un lado, se pensó en un necesario apoyo por parte de las autoridades públicas (municipales, provinciales y nacionales) pero vinculando a empresas privadas que se sumen en acciones de R.S.E. Por otro lado, y referido a las incubadoras provinciales, se detectó la necesaria relación con las Universidades presentes en el territorio y en una transferencia de conocimientos. Por último, se mencionó el importante rol de los medios de comunicación para desarrollar unas instancias de difusión y comunicación a nivel provincial.

A modo de conclusiones.

El Colaboratorio del Foro Argentina Creativa de la región bonaerense planteó diversos interrogantes respecto a la existencia de un sector creativo-cultural de la provincia que se reconozca colectivamente como tal. Esta baja percepción de una afinidad y ciertos parámetros en común tuvo como contrapunto una apuesta, expresada por diversos emprendimientos, por un abordaje interdisciplinar en la jornada de trabajo.

Luego de haber trabajado las mismas dinámicas con emprendimientos creativos de la región patagónica y del NOA, pudimos observar a lo largo de la jornada con los emprendedores de la provincia de Buenos Aires lo que podríamos definir como un mayor grado de atomización y un bajo reconocimiento mutuo como pares dentro de un entramado cultural. Esta “falta de pertenencia” a un ecosistema cultural regional se reflejó, a lo largo de las actividades, en recurrentes dificultades para encontrar consensos sobre las problemáticas culturales y las propuestas en los grupos de trabajo.

Una posible explicación a esta situación se podría encontrar en las características, expectativas y demandas muy dispares de los emprendimientos participantes, que presentaban unos estados de desarrollo de sus proyectos muy disímiles entre ellos. También cabe mencionar que la fecha tardía de la realización del evento (18 de diciembre) se vio reflejada en la energía dispersa en el evento, pensando más en el cierre del año que en una actividad prospectiva como la propuesta.

El Colaboratorio fue una oportunidad para que muchas de las iniciativas invitadas generaran una reflexión conjunta desde los distintos sectores creativos (incluyendo en esta ocasión a las artes visuales, disciplina que generalmente no se venía involucrando en el debate del emprendedurismo cultural), lo que puede funcionar como un disparador para comenzar a trazar líneas de trabajo colectivas e interdisciplinarias, prestando atención a las posibilidades que se derivan de un trabajo diagnóstico y propositivo en conjunto con emprendimientos de otros sectores creativos.

Uno de los intereses y búsquedas mas recurrentes por los emprendedores de la región estuvo relacionado al trabajo alrededor de lo identitario. Este ámbito se podría trabajar para reforzar los rasgos que definen y caracterizan al sector cultural bonaerense, lo que, a su vez, impulsaría el sentimiento colectivo del sector. El desarrollo de más eventos de reflexión conjunta y de carácter transectorial reforzaría los rasgos comunes de este entramado regional.

Tal vez por los pocos espacios de encuentro del sector creativo bonaerense, el Colaboratorio actuó como un momento de catarsis colectiva y de identificación del rol de la Administración Pública para la constitución de un ecosistema creativo regional. En consonancia con las experiencias de la Patagonia y del NOA, en los diversos grupos se habló de la falta de continuidad de las políticas públicas culturales, de la falta de profesionalismo de los funcionarios o de la baja interlocución con las autoridades municipales o provinciales. Esta demanda desde el sector creativo-cultural se presenta como una oportunidad a trabajar para los gestores culturales públicos municipales y provinciales, generando espacios y dinámicas de escucha que puedan ampliar el desarrollo del ecosistema creativo regional y desde donde se pueda entablar un diálogo entre emprendedores culturales y autoridades culturales públicas.

Una mención especial merece la difusión y comercialización. En este sentido se planteó como necesario el fortalecimiento de corredores culturales que refuercen las redes culturales provinciales y que articulen así la interacción de los emprendedores. Esto podría generar un principio de contrapunto ante la atracción que supone, en el campo cultural, la ciudad de Buenos Aires, estimulando una mirada más recíproca entre las ciudades de la provincia.

El Colaboratorio de Mar del Plata mostró, salvo excepciones puntuales, a un sector cultural creativo fragmentado y con una baja interacción entre sí, pero con voluntad de experimentar en procesos colectivos de reflexión, diagnóstico y prospección. Se trata, creemos, de posibilitar y estimular espacios de encuentro para que los emprendedores de la región comiencen a delinear, desde el reconocimiento y la confianza, un intercambio de información y acciones coordinadas para el establecimiento de un verdadero ecosistema creativo a nivel regional. Todo un desafío en el que se hace necesario un rol activo de la gestión cultural pública.



Créditos

El Colaboratorio es una actividad ideada y dinamizada por enjambre (<http://enjambre.cc>) para el Foro Argentina Creativa - Mar del Plata. El Foro Argentina Creativa es una acción de la Subsecretaría de Economía Creativa, dependiente de la Secretaría de Cultura y Creatividad del Ministerio de Cultura de la Nación.

El Colaboratorio fue realizado el día 18 de diciembre de 2016, entre las 9 y las 18 horas, en las instalaciones del Museo MAR de la ciudad de Mar del Plata.

enjambre es un laboratorio de ideas, metodologías y procesos para la participación en cultura y ciudad. Buscamos generar dinámicas que activen nuevas sinergias en el ecosistema cultural de la región a través de herramientas abiertas y horizontales. Creemos en la colaboración, la transdisciplinariedad y la transferencia de conocimientos: nuestros proyectos buscan generar marcos de encuentro que posibiliten el cruce de saberes, experiencias y prácticas.

Ingrid Quiroga, Mariano Martino.

info@enjambre.cc